

ZALAI-GÖBÖLÖS NOÉMI

A Z és az alfa generációk jövője a nemzetbiztonsági szolgálatoknál

Korábban egy cikkben már foglalkoztam a nemzetbiztonsági szolgálatokat érintő generációváltás általános kérdéseivel és kihívásaival¹, mivel azonban a következő években ezek egyre erőteljesebben jelentkeznek majd, ezért szükséges a változásokra történő megfelelő felkészülés. A nemzetbiztonsági szolgálatok hagyományosan konzervatív szemléletű szervezetek, évtizedek óta kialakult és alkalmazott standardokkal, miközben a globálisan változó biztonságpolitikai környezet és a robbanásszerűen fejlődő technológiák arra kényszerítik őket, hogy folyamatosan fejlesszék képességeiket. A fejlődés azonban nem korlátozódhat csupán az eszközök és módszerek felülvizsgálatára, hiszen végső soron a feladatok végrehajtásának sikeressége nem pusztán a technikai fejlettségen és a korszerű módszereken, hanem az azokat működtető és a speciális feladatokat végrehajtó személyzetén múlnak. Jelen tanulmányban elsősorban a Z és az alfa generáció sajátosságaira helyezem a hangsúlyt, mert ők lesznek a jövő alkalmazottai, és a nemzetbiztonsági szolgálatoknak az ő sajátosságaikat figyelembe véve kell majd megújulniuk, ha fenn kívánják tartani a hatékony és sikeres feladat-végrehajtás eddigi gyakorlatát.

A Z generáció (1995–2009) sajátosságai és elvárásai²

A digitális bennszülöttek generációja, képviselői belenőttek a virtuális világ adta lehetőségeibe, és szinte minden fontos kérdésre elsősorban a világhálón keresik a válaszokat. Újfajta kommunikációs felületeken élnek a szociális életük nagy részét, és hozzászórtak ahhoz, hogy az információk mindig és min-

1 Zalai Noémi: Új típusú kihívások: generációváltás a nemzetbiztonsági szolgálatoknál. Nemzetbiztonsági Szemle, 2016/1., 34–44. o.

2 Kissné András Klára: Generációk, munkaerőpiac és a motiváció kérdései a 21. században.

<http://www.ohe.hu/hrmagazin/cikkek/generaciok-munkaeropiac-es-a-motivacio-kerdesei-a-21-szazadban>;

Pais Ella Regina: Y és Z generáció mint a jövő munkavállalói. <http://www.kormanyhivatal.hu/download/2/18/60000/Y%20%C3%A9s%20Z%20gener%C3%A1ci%C3%B3%20mint%20a%20j%C3%B6v%C5%91%20munkav%C3%A1llal%C3%B3i.pdf>

denkor, szinte azonnal rendelkezésre állnak. Éppen ezért mind az oktatás, mind a tanulás terén más metodikát részesítenek előnyben, nehezen fókuszálnak kizárólag egy feladatra, legfőbb sajátosságuk az úgynevezett *multi-tasking*, vagyis több feladat egyidejű végrehajtásának igénye és képessége.

Arról, hogy miként alkalmazkodnak egy munkahelyi környezethez, még korlátozott információk állnak rendelkezésre, hiszen nagy részük csak most lép be a munkaerőpiacra. Ettől függetlenül a generációs sajátosságaik alapján bizonyos munkavállalói viselkedésminták és elvárásaik megjósolhatók. Gyorsabban képesek alkalmazkodni a változásokhoz, nem ijednek meg az új technológiáktól, kifejezetten érdeklődők és kíváncsiak, azonban a figyelmüket jóval nehezebb hosszú távon lekötni. Egyes kutatások szerint egy dologra legfeljebb nyolc–tíz másodpercre koncentrálnak, utána átváltanak egy másikra. Hozzászoktak a folyamatos és állandó kapcsolattartáshoz, amely nagy részben a virtuális térhez kapcsolódik, általánosságban a szocializálódásuk is ebben a közegben történik. Ugyanakkor a magabiztosságuk is elsősorban ebben a környezetben érvényesül a legjobban, hiszen többet kommunikálnak ebben a formában, mint ténylegesen. Ez nem jelenti azt, hogy teljes mértékben elszigetelődnek a hagyományos emberi kapcsolatokról, de adott esetben nehezebben mehet a szemtől szembe kommunikáció, mint a chatelés. Ennek ellenére a Z generáció tagjai a kutatások szerint igénylik a munkahelyi szociális környezet meglétét, a közvetlen kommunikáció lehetőségét, de ezt elsősorban kis csoportban és rövidebb ideig érzik komfortosnak. A generáció tagjai egyre kevesebb időt töltenek olvasással, viszont egyre többet játszanak például számítógépes vagy logikai játékokkal.

A kommunikációs eszközök fejlődésével egyre több információhoz jutnak, amelyeket azonban máshogy dolgoznak fel, és részben emiatt másképp is gondolkodnak. Nehezen viselik, ha kizárólag egy dologra kell figyelniük, és azt is, ha megfosztják őket a lételemüknek számító kommunikációs eszközeiktől, lehetőségeiktől. Egy olyan munkahely, amely nem támogatja az okostelefonok, iPadek és egyéb eszközök napi és rendszeres használatát, hosszú távon valószínűleg nem számíthat a Z generáció elkötelezettségére.

Az alfa generáció (2010–) karakterisztikája

Az alfa generációról még viszonylag kevés információ van, hiszen a legidősebb tagjai is csak kisiskolások, de a jövőkutatók már aktívan foglalkoz-

nak a jellemzőikkel, hiszen tizenegy-tizenöt éven belül ők is belépnek a munka világába.

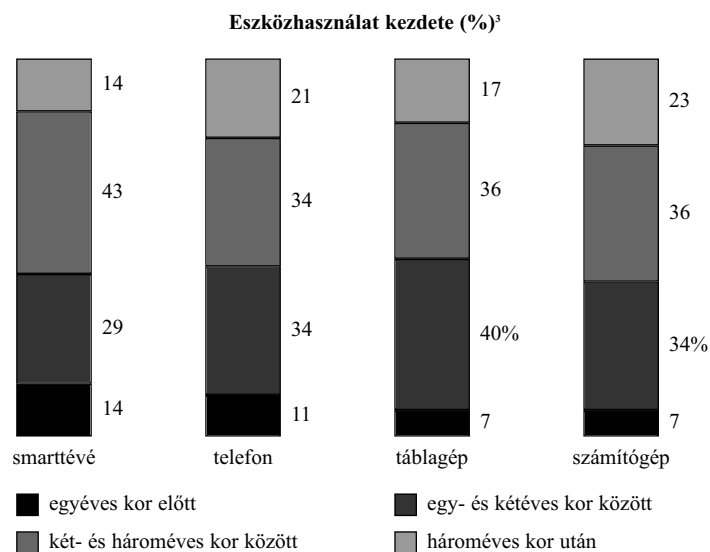
Ez a generáció már egyáltalán nem ismeri azt a világot, amikor még nem volt internet. A leginkább virtuálisan függők, és ezért talán az eddigi legmagányosabb generáció lesznek. Olyan nehézségekkel kell szembenéznük, mint például a globális éghajlatváltozás és ennek következményei, vagy a társadalmi elöregedés, amelynek megoldásait tőlük várják majd.

Az állandó virtuális jelenlét miatt tanulási és információfeldolgozási szokásaik az előző generációkhoz képest is jelentősen megváltoznak éppúgy, ahogy a fogyasztási és munkavállalói preferenciáik is.

Jól példázza a generáció sajátosságait annak a kérdőíves kutatásnak az eredményeit bemutató ábra, amely az alfa generációval kapcsolatos tapasztalatokat mérte fel, és amelyet 2015 őszén önként töltött ki 95 óvodáskorú gyermek valamelyik felnőtt hozzátartozója.

Azt, hogy pontosan milyen lesz az alfa generáció, még korai lenne meghatározni, de a következő szempontok hasznos támpontot adhatnak a jövőbeni kutatásokhoz:

- Az alfa generáció fejlett és dinamikusan fejlődő technológiai környezetben nő fel, elsődleges kommunikációs forrásként pedig a mobiltelefonokat, és



³ Forrás: Pintér Marianna: Milyen tapasztalatokkal kerül az alfa-generáció az iskolába? <http://folyoiratok.ofi.hu/uj-koznevelis/milyen-tapasztalatokkal-kerul-az-alfa-generacio-az-iskolaba>

- az ahhoz fejlesztett applikációkat fogják használni, háttérbe szorítva a laptopokat és egyéb technológiai eszközöket. Ha fel akarjuk kelteni majd ennek a generációnak a figyelmét, akkor azt könnyen használható, vizuálisan megnyerő, és az igényeikhez igazított applikációkon keresztül tehetjük meg.
- Sokkal jobban képzettek és hatékonyabbak lesznek az előző generációkhoz képest. Mivel várhatóan a változó globális környezet meghatározó lesz az életükre, és a rájuk vonatkozó követelmények is sokkal magasabbak lesznek, ezért ehhez úgy fognak alkalmazkodni, hogy a kezükbe veszik a saját életük, képzésük, felkészülésük irányítását. Vélhetően előnyben fogják részesíteni az online képzési formákat a hagyományos és költséges oktatási rendszerekkel szemben, és jóval hamarabb megkezdődik a tanulási ciklusuk, amely ténylegesen élethosszig tart majd.
 - Az életük nagy részét az interneten keresztül menedzselik majd, a vásárlástól a hivatalos ügyintézésig, ezért paradox módon sokkal elszigeteltebbek lesznek, annak ellenére, hogy online mindent és mindenkit elérnek.
 - Vállalkozóbbak és bátrabbak lesznek, mint elődeik, sokuk már egész kiskorában ismertségre tehet szert, hála az internet adta lehetőségeknek. Hamarabb megismerkednek a „self-made man” filozófiával, és mivel előbb tesznek szert tapasztalatokra, ezért gyorsabban is fejlődnek majd, különösen a munka világában.

Az, hogy mennyire igazolódnak be ezek a feltételezések, még a jövő kérdése, de az biztos, hogy mindenképpen nagy próbatételt fognak jelenteni a munkáltatók szempontjából, és alapjaiban változtathatják meg a munkaerőpiaci tendenciákat.

A hazai nemzetbiztonsági szolgálatok jellemzői és elvárásai

A nemzetbiztonsági szolgálatok feladatköre, végrehajtásuk és alkalmazásaik lehetősége törvényben szabályozott, különböző szintű engedélyekhez kötött, és szigorú ellenőrzési mechanizmusok garantálják a törvényi feltételek teljesülését. Mindez a speciális működési sajátosságokból adódik, és mindenképpen szükségszerű. Ennek meglétén nem lehet és nem is szabad változtatni, hiszen a nemzetbiztonsági tevékenység során alkalmazott titkos információgyűjtő eszközök és módszerek csak megfelelő jogi szabályozottság mellett tölthetik be alapvető rendeltetésüket. Ugyanakkor a szabályozottság nemcsak

a feladatok végrehajtásának körülményeire, hanem a szolgálatok állományában lévő személyekre is vonatkozik. Ennek elsődleges oka az alkalmazott módszerek, és egyben a végrehajtó állomány védelme, valamint a titkosság alapelveinek, mint meghatározó működési sajátosságnak a fenntartása. Ez szintén elengedhetetlen és szükségszerű, amikor a konkrét feladat-végrehajtásról beszélünk. A szabályozottság, a fegyelem, az erősen hierarchikus szervezeti felépítés, és a konzervatív szemlélet alapvetően évtizedek óta előkelő helyen szerepel a nemzetbiztonsági szolgálatok jellemzői között, és ennek megfelelően az állománnyal szemben támasztott elvárások nagy része is ezekre épül. A terhelhetőség, a stressztűrés, a szabálykövetés, a felelősségtudat, az elhivatottság, a lojalitás, az együttműködési készség, a stabil értékrend, az erkölcsi szilárdság, a megbízhatóság, a koncentrációkészség, a pontos, precíz munkavégzés, mind-mind olyan elvárások, amelyek a mai napig megtalálhatók a nemzetbiztonsági szolgálatok általános követelményei között. Természetesen ezen felül az egyes munkakörök betöltőinek számos egyéb kompetenciára van szükségük, de az alapvetően elvárt értékek központi elemét az előbbi jellemzők adják.

Új generációs paradoxonok

A szigorú szabályozottság szükségszerűsége mellett a nemzetbiztonsági szolgálatoknak, mint szervezetnek, és mint munkáltatónak elengedhetetlenül változtatniuk kell, ha a jövőben is garantálni szeretnék a kiemelkedő színvonalú munkavégzést. Ha a szervezeti értékek és a munkahelyi szemlélet nem képes alkalmazkodni a munkaerőpiaci tendenciák változásaihoz, akkor törvényszerű lesz a munkáltatói és munkavállalói követelmények közti különbség exponenciális növekedése. Természetesen sokszor találkozni azzal a véleménnyel, hogy a nemzetbiztonsági szolgálatok nem piaci szereplők vagy multinacionális vállalatok, és egészen más szabályok, illetve munkaerőpiaci sajátosságok szerint működnek. Ezzel részben egyet is értek, azonban ez nem jelenti azt, hogy a szervezeti kultúra és munkahelyi környezet terén ne lenne szükség, és legfőképpen lehetőség a fejlődésre és változásra. Ez a paradoxon már régóta jelen van szakmai körökben, de véleményem szerint a kettő korántsem zárja ki egymást, ahogy erre számtalan nemzetközi példát is láthatunk.⁴

⁴ Gondolok itt elsősorban a brit és amerikai szolgálatok gyakorlatára, amely a szervezeti kultúra és a társadalmi megjelenés tekintetében messzemenően haladó szemléletű.

Mindamellett azt is tudomásul kell venni, hogy csak egy munkaerőpiac létezik Magyarországon, és ugyanabból a bázisból meríthetnek a multinacionális vállalatok és az egyéb piaci szereplők, mint a nemzetbiztonsági szolgáltatók. Az új generációk pedig hamarosan meghatározó szereplői lesznek ennek a piacnak, és azok a vállalatok, szervezetek lesznek eredményesek hosszú távon, amelyek képesek alkalmazkodni és megújulni, ezáltal a legjobb képességű munkavállalókat magukhoz vonzani.

Ha az elvárások oldaláról vizsgáljuk meg a kérdést, jól látható, hogy mely területeken mutatkozhat majd jelentősebb eltérés munkavállalói és munkáltatói szempontból. Az utóbbi években a munkáltatókat, a humánerőforrás-gazdálkodással foglalkozó szakembereket és a szociálpszichológusokat egyre inkább foglalkoztatja az a kérdés, hogy milyen munkavállalók lesznek a következő generációk, ezért több ilyen jellegű felmérés születik a mostani tizen- és huszonéves fiatalok körében.

Magyarországon 2017 februárjában készítettek egy közös gyorsfelmérést a Monster.hu állásportál és a Future Work Festival munkatársai az 1996 után születettek körében. Ez azt hivatott vizsgálni, hogy mit várnak el ennek a generációnak a tagjai a jövőbeni munkahelyüktől, munkáltatóiktól.⁵ A felmérésből egyebek között kiderül, hogy a Z generáció tagjai nagyra értékelik a visszajelzést, és többségük a leendő vezetőitől elsősorban a törődést, az odafigyelést, az emberséget, a segítőkészséget, és a munkatársakkal való megfelelő bánásmódot várja el. Alapvetően elutasítják a tekintélyelvű vezetést, sokkal többre értékelik, ha partnerként kezelik őket. A klasszikus vezetői kompetenciák, mint a határozottság, magabiztosság és szakmai hozzáértés csak ezek után szerepelnek az igények között. A szakemberek a válaszokból azt a következtetést is leszúrták, hogy a Z generáció tagjai elsősorban akkor tudnak kibontakozni egy munkahelyen, ha ott biztonságban érzik magukat, és bátorítást kapnak a kreativitásra, önmegvalósításra. Az általuk nyújtott kompetenciák között elsősorban a lendület, tanulékonyság, pontosság és fejlődés szerepel. A kommunikációs képességet kevésbé érzik fontosnak, ennél előrébb valónak tartják az egyéni képességet. Kiemelt szerepet kapott még a kreativitás, a pozitivitás és a vidámság, miközben az önállóság, a segítőkészség, a csapatmunka és a lojalitás csak a lista végén kapott helyet. Az ideális munkakörülményekre vonatkozó kívánalmak között a rugalmas munkaidő végzett az élen, de emellett fontosnak tartják a barátságos környezetet, a nyi-

⁵ Pálfi Károly: Emberséget vár főnökeiktől a Z generáció. Origo.hu, 2017. február 23.
<http://www.origo.hu/gazdasag/20170223-baratkozos-fonokot-szeretnenek.html>

tott gondolkodású, őszinte kollégákat, a világos, tiszta irodákat is. Az is kiderül a felmérésből, hogy ez a generáció szeret társaságban, csoportban, közösségi irodában dolgozni, és nem riad vissza a nem hagyományos munkarendtől, ha az nem feltétlenül helyhez kötött. A vizsgálat kitért a fiatalok kommunikációs szokásaira is, ebből egyértelmű, hogy az e-mail már jelentősen háttérbe szorult, elsődlegesen a Facebook, a Snapchat és az Instagram a kapcsolattartás alapvető fóruma. A felmérés kiemeli, hogy ez a generáció már szimbiózisban él a technikával, ezért a munkaadóknak a munkahelyi környezetben sem érdemes megfosztaniuk őket a közösségi média használatától.

Ha a munkáltatói oldalról vizsgáljuk a kérdést, elsősorban a nemzetbiztonsági szolgálatok oldaláról, akkor észlelhető, hogy vannak markánsan eltérő különbségek a követelmények tekintetében, miközben bizonyos szempontokból közelíthetnek egymáshoz a kritériumok. A tekintélyelvűség elutasítása és a lojalitás háttérbe szorítása nyilvánvalóan nem kedvez a szolgálatoknak, mint ahogy a közösségi média munkahelyen történő folyamatos használata sem. Mindazonáltal a kreativitás, lendület, tanulékonyság mind olyan készségek, amelyeket a szolgálatok is szívesen vesznek. A rugalmas munkaidő érdekes kérdés, hiszen bizonyos speciális munkakörök eleve nem működhetnek más formában, azonban a klasszikus rugalmasság terén még lehet, és kell is fejleszteni a jövőben. A munkahelyi közösségekre és a vezetői kvalitásokra vonatkozó elvárások támpontot adhatnak a szervezeti egységek kialakítása és a vezetők felkészítése terén. Természetesen nem az a cél és nem is megvalósítható, hogy a munkáltatók és a munkavállalók minden szempontból egységes elvárások alapján válasszanak vagy változzanak, ezek a vizsgálatok azonban mindenképpen hasznosak, ha teljesebb képet szeretnénk kapni a szükséges jövőbeni fejlesztési, fejlődési irányokról.

A szükségszerű változás területei

Az előbbiekből egyértelműen látszik, hogy a változtatás szükségszerűsége nagyon sok területet érinthet, beleértve a külső és belső tényezőket egyaránt. A következőkben azokra a szegmensekre, és az ezekhez kapcsolódó lehetőségekre szeretném felhívni a figyelmet, amely minden szolgálat számára saját hatáskörben elérhető, megvalósítható.

Branding és társadalmi kommunikáció

Az új generációk számára kiemelt fontosságú lesz, hogy a jövőbeni munkahelyük milyen szerepet tölt be a társadalmi hierarchiában és milyen küldetése van. Előbbi azért lényeges, mert a Z és az alfa generáció tagjainak meghatározó lesz a munkahely ismertsége és főleg elismertsége, utóbbi pedig azért, mert e generáció tagjainak jó néhány globális nehézséggel kell szembenéznük, amelyek megoldását tőlük várják majd, ezért nem mindegy, hogy milyen ügy mellé állnak.

A hazai nemzetbiztonsági szolgálatok a társadalmi kommunikáció terén meglehetősen visszafogottak, szervezetükről, feladatköreikről, sikereikről, eredményeikről vajmi keveset tudhat meg az átlagos érdeklődő. Ha egy reprezentatív felmérés készülne a magyar lakosság körében, ami arra irányul, hogy mennyire ismerik a nemzetbiztonsági szolgálatokat, feltehetően az átlag populáció legfeljebb a létezésük tényével lenne tisztában. Ez egyrészt kedvez a titkosságnak, mindamellett jól példázza az úgynevezett *branding*, vagyis a márkaépítés hiányát. Felvetődhet a kérdés, hogy egyáltalán miért van szüksége egy nemzetbiztonsági szolgálatnak arra, hogy brand legyen. Jelen esetben ez inkább meghatározó arculatot jelent, mintsem konkrét márkát, de a kialakításának folyamata nagyon is hasonló. Az arculatra azért van szükség, mert a munkaerőpiac jövőbeni szereplői számára fontos lesz, hogy büszkének lehessenek arra az intézményre, ahol dolgoznak, legyen az egy vállalat vagy egy kormányzati szerv. A társadalmi ismertség és az egyedi jellemzők együtt adják egy szervezet brandjét, amelynek – bármennyire elrugaszkodottnak tűnhet is egy nemzetbiztonsági szolgálat esetében – a jövőben az eddiginél is nagyobb jelentősége lesz. Gondoljunk csak arra, hogy mi jut eszünkbe, ha az Amerikai Egyesült Államok rendvédelmi szerveiről kérdeznak. Minden bizonnyal az FBI és a CIA, de ugyanez a helyzet Nagy-Britanniával is, ahol az MI5, az MI6 vagy a Scotland Yard azok a szervek, amelyekről a világon mindenki hallott. Ebben az esetben elmondhatjuk, hogy ezek a szervezetek önálló brandek, társadalmi ismertségük és elismertségük pedig egyértelmű. Emellett ugyanúgy végzik a feladataikat, anélkül hogy ez a fajta ismertség a munka hatékonyságának a rovására menne. Ha egy új generációs munkavállaló az adott országokban ilyen jellegű hivatást/munkát keres, pontosan tudni fogja, hol és hogyan jelentkezhet, és mit várhat az adott szervezettől. Ehhez képest a hazai nemzetbiztonsági szolgálatok esetében sokszor még az is gondot okozhat a potenciális érdeklődőnek, hogy egyáltalán tisztába kerüljön azzal, hogy melyik szervezetre kell rákeresnie az interneten. Mert abban szín-

te biztosak lehetünk, hogy a jövő generációinak ez lesz az elsődleges forrásuk, ahonnan tájékozódni fognak.

Egy kutatás eredményei szerint a Z generációt sikeresen célzó márkáknak a következő tulajdonságaik kell hogy legyenek⁶:

1. Digitalizált – a Z generáció tagjai iPodokon, sms-en, a Facebookon, okostelefonokon és a YouTube-on nőttek fel. Az internet az életük mindennapi része, ezért fontos, hogy az adott márka, szervezet is jelen legyen a digitális világban, különben elkerüli a fiatalok figyelmét.
2. Mobil – fontos, hogy a márka elérhető legyen az okostelefonjaikon is, bárhol vannak, hiszen e generáció tagjai előszeretettel használják telefonjukat is információkeresésre, időtöltésre.
3. Interaktív – a fiatalok számára fontos a szórakoztatás, ezért a marketingeseknek minél interaktívabb eszközöket kell beépíteniük a kampányaikba.
4. Azonnali – folyamatos és azonnali kommunikációra vágynak.
5. Közösségi – a Z generáció a közösségi oldalakon tartja a kapcsolatot barátaival, és naponta többször is fellép, hogy megnézzze, van-e valami fontos esemény, új történet. Ennek megfelelően a márkák szempontjából is fontos, hogy elérhetők legyenek a különböző közösségi oldalakon.
6. Komplex – mivel a fiatalokat rendkívül sok információ éri, így nagyon sokat is tudnak. Persze kifejezetten csak az őket érdeklő területekről van mélyebb tudásuk, ennek ellenére komplex, jól megalapozott és hiteles kommunikációval lehet őket elérni.

Az előbbi kutatási eredmények elsősorban a fogyasztói szokások szempontjából vizsgálták ugyan a Z generáció tagjait, de a megállapítások összességében kiindulópontot adhatnak akár a jövőbeni munkáltatóknak is, hogy mivel és hogyan lehet felkelteni ennek a generációnak az érdeklődését.

Toborzás

Az iménti jellemzők alapján természetesen a toborzás folyamata és legfőképpen a felülete is változtatást igényel. A nemzetbiztonsági szolgálatok speciális szerepet töltenek be a munkaerőpiacon, tekintettel a sajátos feladat- és munkaköreikre. Az utóbbi években a szolgálatok sokkal nyitottabban jelen-

⁶ Pais Ella Regina: Alapvetések a Z generáció tudománykommunikációjához. Pécsi Tudományegyetem Pollack Mihály Műszaki Kar, Pécs, 2013. www.zgeneracio.hu/getDocument/1391

tek meg az olyan hagyományos rendezvényeken, mint a különböző állásbörzék és egyéb, erre a célra szervezett események. Mindamellettt kevés előrelépés történt az interneten keresztül elérhető, jelentkezésre alkalmas felületek megújítása terén.

Ha megvizsgáljuk a hazai nemzetbiztonsági szolgálatok honlapjait, láthatjuk, hogy alapvetően a kötelező tájékoztatás és a kifejezetten konzervatív megjelenés dominál. Összességében minden szolgálat webes felületén megtalálhatók ugyan a jelentkezéshez szükséges tudnivalók, a felvételi követelmények, az önéletrajz beküldésére szolgáló elérhetőségek, ezek megjelenési formája azonban egyáltalán nem kelti fel a következő generációk figyelmét. Ezek a honlapok ugyanis legkevésbé sem tükrözik azt a modernitást, kreativitást és fejlettséget, amelyet a huszonegyedik században egy ilyen típusú szervezetnek tulajdonítanak a potenciális jelentkezők, és amely sok tekintetben a szolgálatokat feltehetően jellemzi is. Ezenfelül a már korábban említett branding szemlélettel is teljes mértékben ellentétesek, hiszen a száraz tények mellett nem szerepelnek olyan információk, amelyek a társadalmi ismertség és elismertség megszerzését céloznák. Korábban már említettem, hogy nemzetközi téren számtalan példát láthatunk ennek az ellenkezőjére, és ebből kettőt ki is emelnék.

Az angol Secret Intelligence Service (SIS), közismertebb nevén az MI6 honlapja⁷ vagy a Security Service, más néven az MI5 honlapja⁸ sok tekintetben jó kiindulási alap lehet egy jövőbeni korszerűsítéshez. Az általános és kötelező információk mellett számos olyan érdekes és figyelemfelkeltő elem található a felületeken, amely hosszabb időre lekötheti az érdeklődők figyelmét. Egyebek között részletes leírások szemléltetik az aktuális trendeket, feladatokat, próbatételeket, valamint bepillantást kapunk a különböző munkakörök sajátosságaiba, és az alkalmassági követelményekbe. Az MI5 honlapján érdekes, munkakör-specifikus feladatokat is találunk, amelyek elvégzése támpontot adhat a jelentkezőknek a saját képességeikről az adott munkakör követelményeivel kapcsolatban⁹. Természetesen ezek a játékos feladványok nem helyettesítik a valós felvételi feladatokat, de arra mindenképpen alkalmasak, hogy a potenciális jelentkezők teljesebb képet kaphassanak a munkakör sajátosságairól és önmagukról. Az ilyen típusú feladatok megfelelő informatikai háttérrel megtámogatva akár egyfajta előszűrőként is szol-

⁷ <https://www.sis.gov.uk/index.html>

⁸ <https://www.mi5.gov.uk/>

⁹ <https://www.mi5.gov.uk/careers/opportunities/intelligence-collection>

gálhatnak az adott szervezet számára, amennyiben kitöltésüket például regisztrációhoz kötik.

A hazai nemzetbiztonsági szolgálatok felvételi rendszere összetett, többlépcsős és hosszadalmas folyamat, amelynek bármely pontján kieshet a jelentkező, ha nem felel meg a követelményeknek. Bizonyos munkakörök esetében az előszűrési folyamatot egyszerűsíteni és rövidíteni lehetne azáltal, ha a szolgálatok a saját igényeiknek megfelelő, munkakör-specifikus, mérhető és ellenőrizhető online feladatokat, kérdőíveket, tesztek stb. fejlesztenének és helyeznék el a honlapjukon.

Kiválasztás

A nemzetbiztonsági szolgálatok kiválasztási rendszere, ahogy azt már említettem, többlépcsős, összetett folyamat. A honlapokon szereplő felvételi követelmények alapján egyebek között vizsgálják a jelöltek pszichikai, fizikai alkalmasságát, a munkakörrel összefüggő kompetenciákat, valamint meg kell felelniük a nemzetbiztonsági ellenőrzés kritériumainak is. Az utóbbi években a kiválasztással foglalkozó szakemberek minden bizonnyal tapasztalták, hogy a fiatalabb generációhoz tartozó jelentkezők sok tekintetben különböznek a korábbiaktól. Gondolok itt például arra, hogy az életkori és a generációs sajátosságokból adódóan akár eltérő fizikai vagy pszichés kondíciók mutatkozhatnak a kiválasztási folyamat során. Ezért a felvételi rendszert időről időre célszerű felülvizsgálni és szükség esetén módosítani. Ha egy adott vizsgálati kritérium esetében tendenciaként jelentkezik eltérés a korábban tapasztaltakhoz képest, például tízből nyolc jelentkezőnek rosszabb a látása, akkor érdemes megvizsgálni a változtatás lehetőségét, természetesen figyelembe véve azt is, hogy a munkaköri érdek ne sérüljön aránytalanul.

Felkészítés, továbbképzés

A nemzetbiztonsági szolgálatok az állományuk felkészítését alapvetően belső képzések, tanfolyamok keretében hajtják végre, tekintettel arra, hogy az egyes munkakörökhöz szükséges speciális ismeretek, kompetenciák megszerzésére más formában nincs lehetőség. Mindamellett nagyon fontos szempont lesz a későbbiekben a képzési rendszer reformja, hiszen a jövőbeni munkatársak, a Z és az alfa generáció tagjai már merőben más oktatási for-

mákra lesznek fogékonyak. A hagyományos iskolarendszerű felkészítés egyre kevésbé alkalmas e korosztályok képzésére, tekintettel a megváltozott információfeldolgozási sajátosságaikra és igényeikre.

Ahogy arra már korábban utaltam, az új generációk tagjai sokkal hatékonyabban teljesítenek a nem hagyományos képzési környezetben, hiszen az ő figyelmüket már nem lehet lekötni hosszabb, elméleti jellegű oktatással, és tradicionális képzési formákkal. Az előadások, a poroszos oktatási módszerek egyre kevésbé érik el a céljukat, ezért ezen a téren is a modernebb, gyakorlatiasabb és kompaktabb képzési fórumok lehetnek sikeresek a jövőben. Előtérbe kell helyezni az online kurzusokat, az önálló gondolkodásra, feladatmegoldásra lehetőséget adó feladványokat, a kiscsoportos, tréning jellegű oktatási formákat, és a különböző szituációs gyakorlatokat, játékokat. Ezek beiktatása rövidítheti, hatékonyabbá és munkakör-specifikusabbá teheti a felkészítést, amely végső soron mind a szolgálatoknak, mind az állománynak közös érdeke.

Munkahely és/vagy küldetés

A generációs sajátosságokból kiderül, hogy a munka világába hamarosan tömegesen belépő Z generáció már nem feltétlenül csak munkahelyet keres, hanem küldetést, célt, amelyben kiteljesedhet, és amelyben megvalósíthatja önmagát. Ennek megfelelően azok a munkáltatók élveznek majd előnyt, amelyeknek határozott víziójuk van, és azt a lehető legvonzóbb formában tudatják a világgal. Nem véletlen, hogy szinte valamennyi nagyobb vállalatnak, szervezetnek van egy olyan dokumentuma, amely tartalmazza a legfőbb célokat, és az azok eléréséhez szükséges eszközök és módszerek kínálatát. Az úgynevezett küldetés és jövőkép (Mission & Vision) dekrétum nem véletlenül szerepel kiemelt helyen e szervezetek honlapjain.

A hazai nemzetbiztonsági szolgálatoknak is van markánsan elkülöníthető és meghatározható küldetésük, feladatrendszerük, de nem tulajdonítanak olyan nagy jelentőséget ezek kinyilvánításának, mint például a nemzetközi partnerszolgálatok. A jövő generációi azonban igénylik és elvárják majd, hogy annak a szervezetnek, cégnek, amelynél dolgoznak, egyértelműen deklarált és társadalmilag elismert céljai legyenek.

A másik lényeges és az iméntinek ellentmondó szempont, hogy az új generációk egyre kevésbé kötelezik el magukat egy-egy szervezet iránt. Ahogy azt a korábban bemutatott egyik kutatás is megállapította, a lojalitás már ke-

vésbé preferált jellemző. Éppen ezért arra is fel kell készülniük a jövőbeni munkáltatóknak, hogy az új generációs munkavállalók jóval rövidebb időt töltenek majd el egy-egy munkahelyen, sokkal hamarabb váltanak, főként ha a személyes érvényesülésük a tét. Ez a nemzetbiztonsági szolgálatok esetében talán az egyik legnagyobb próbatételt jelentő szempont, hiszen a munka és a szervezet jellege – különös tekintettel a minősített információkra és a titkos információgyűjtő eszközökre és módszerekre – megkövetelné a hosszabb távú elköteleződést. Mindamellet e tendenciának nem lehet gátat szabni, legfeljebb azon lehet dolgozni, hogy az egy munkahelyen töltött idő minél hosszabbra nyúljon. Ez azonban csak akkor lehetséges, ha az új generációs munkavállalók elvárásainak részben vagy egészben meg tudnak felelni. Éppen ezért a humánerőforrás-menedzsmentnek az eddigiekénél is nagyobb szerepe lesz az igények és követelmények mindkét fél számára megfelelő szempontú összehangolásában. Míg a küldetés és jövőkép a figyelemfelkeltéshez, a brandépítéshez és a minőségi munkaerő bevonásához járul hozzá, addig a szervezetfejlesztés és a tudatos humánerőforrás-gazdálkodás az új munkaerő minél hosszabb távon történő megtartását segíti elő.

Összességében megállapítható, hogy nincsenek könnyű helyzetben a munkáltatók a jövő generációinak ismeretében, de számtalan lehetőség és mód adódik a fejlesztésre és fejlődésre. A jelenlegi globális biztonságpolitikai környezetben az eddiginél is nagyobb szerepük és jelentőségük van és lesz a rendvédelmi szerveknek és a nemzetbiztonsági szolgálatoknak, azonban a hatékony működésüket csak akkor tudják fenntartani, ha a jövőben is minőségi állományuk van. Ezért minél többet tudunk az előttünk álló tendenciákról, annál jobban és sikeresebben tudunk alkalmazkodni, felkészülni, és ez nemcsak a biztonságpolitikát veszélyeztető külső faktorokra, hanem a szervezeti fejlődést szolgáló belső tényezőkre is igaz.

IRODALOM

Kissné András Klára: Generációk, munkaerőpiac és a motiváció kérdései a 21. században. <http://www.ohe.hu/hrmagazin/cikkek/generaciok-munkaeropiac-es-a-motivacio-kerdesei-a-21-szazadban>

Pais Ella Regina: Alapvetések a Z generáció tudománykommunikációjához. Pécsi Tudományegyetem Pollack Mihály Műszaki Kar, Pécs, 2013. www.zgeneracio.hu/getDocument/1391

Pais Ella Regina: Y és Z generáció, mint a jövő munkavállalói. <http://www.kormanyhivatal.hu/download/2/18/60000/Y%20%C3%A9s%20Z%20gener%C3%A1ci%C3%B3%20mint%20a%20j%C3%B6v%C5%91%20munkav%C3%A1llal%C3%B3i.pdf>

Pálfi Károly: Emberséget vár főnökeitől a Z generáció. *Origo.hu*, 2017. február 23.
<http://www.origo.hu/gazdasag/20170223-baratkozos-fonokot-szeretnenek.html>

Pintér Marianna: Milyen tapasztalatokkal kerül az alfa-generáció az iskolába? <http://folyoiratok.ofi.hu/uj-kozneveles/milyen-tapasztalatokkal-kerul-az-alfa-generacio-az-iskolaba>

Tari Annamária: Z generáció. Tericum Kiadó, Budapest, 2011

Zalai Noémi: A humán erőforrás-gazdálkodás kérdéseinek vizsgálata a nemzetbiztonsági szolgálatoknál. Doktori (PhD-) értekezés. Nemzeti Közszerológati Egyetem Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar Hadtudományi Doktori Iskola, Budapest, 2012

Zalai Noémi: Új típusú kihívások: generációváltás a nemzetbiztonsági szolgálatoknál. Nemzetbiztonsági Szemle, 2016/1., 34–44. o.